

**VERSELBSTSTÄNDIGT** FO-Security, Spezialist im Sicherheitsdruck, ist seit Mitte Mai eigenständig. FO-Security ist aus der FO-Fotorotar entstanden und agierte bislang als Geschäftsbereich des Druckunternehmens. Der Entscheid, sich zu verselbstständigen, bringt Vorteile mit sich. «FO-Security kann nun unabhängig und auf kürzerem Wege entscheiden. Somit können wir schneller und flexibler auf den Markt reagieren», sagt **Michael Alarcon**, Geschäftsleiter von FO-Security. Als zertifiziertes Unternehmen und Mitglied der Intergraf produziert FO-Security fälschungssichere Druck-Erzeugnisse mit modernsten Sicherheitsmerkmalen. › [www.fo-security.ch](http://www.fo-security.ch)



**UMFIRMIERUNG** Aus der Druckerei Triner wird Triner Media + Print. Der neue Name soll zeigen, dass es nicht nur um Druck geht, sondern dass das Unternehmen mit 30 Mitarbeitern und seiner 158-jährigen Firmengeschichte auch mit Neuen Medien umzugehen versteht. Mit dem neuen Namen soll dies nun klar kommuniziert werden. Triner Media + Print bietet Gestaltungen für Web oder Print, das Entwickeln von Logos oder Corporate Design, Konzepte und Werbeideen, Texte und Bilder. › [www.triner.ch](http://www.triner.ch)

**KOMPLETTUMSTIEG** Die Gerber Druck AG in Steffisburg hat in eine Heidelberger Speedmaster SX 52-5 LE UV investiert. Die Fünffarbenmaschine für das Bogenformat 37 x 52 cm produziert anstelle einer SM 52 und ergänzt eine Speedmaster XL 75-5+L LE UV, die vor rund zwei Jahren in Betrieb gegangen ist. Damit hat die Gerber Druck AG ihre Produktionstechnik im Drucksaal komplett auf das LE-UV-Härtungsverfahren umgestellt. › [www.heidelberg.com/ch](http://www.heidelberg.com/ch)

**WACHSTUMSSTRATEGIE** Die Abächerli Media AG geht mit nachhaltigen Zukunftsplänen voran. Im Zuge der Umsetzung seiner Wachstumsstrategie hat sich das Sarner Traditionsunternehmen per 1. Oktober 2016 an der Schlüssel Druck AG in Sursee beteiligt und regelt so frühzeitig deren Weiterführung nach der Pensionierung des jetzigen Inhabers Hansjörg Schlüssel, der das Unternehmen bis zu seiner Pensionierung 2018 weiterhin führt. Schlüssel Druck bleibt weiterhin bestehen und wird unter dem bestehenden Namen weitergeführt. Für Hansjörg Schlüssel ist die langfristige Nachfolgelösung optimal aufgegleist und Abächerli kann sich in der Region Sursee verstärkt positionieren. › [www.abaecherli.ch](http://www.abaecherli.ch)

**FOTOGRAFIEKURSE** Canon hat am 6. September die Canon Academy in Wallisellen eröffnet. Ab sofort können unterschiedliche Fotografielkurse besucht und das Fotografieren von der Pike auf erlernt werden. Themen-Workshops ermöglichen es darüber hinaus, Fähigkeiten kontinuierlich weiterzuentwickeln. Mit der Academy möchte Canon seine Kunden dazu befähigen, atemberaubende Fotos in jeder Situation und bei jeder Bedingung zu machen. Das Kursangebot richtet sich an Einsteiger- und ambitionierte Hobbyfotografen gleichermaßen. › [www.canon.ch/academy](http://www.canon.ch/academy)

Der Mensch im Zentrum  
**STÄMPFLI KONFERENZ 2016**

Wie sollen Marken für Menschen beschaffen sein? Wie bringen Mitarbeitende Marken zum Strahlen? Wie gestaltet sich die Beziehung zwischen Mensch und Marke? Diesen Fragen stellten sich die rund 110 Teilnehmenden im Rahmen der 11. Stämpfli Konferenz Mitte Juni im Swissôtel Zürich. Aufschlussreiche Antworten dazu formulierten Persönlichkeiten aus namhaften Schweizer Unternehmen. «Die Marke findet über Mitarbeitende Ausdruck und Glaubwürdigkeit», ist Ralph Hermann, Inhaber und Geschäftsführer der Heads Corporate Branding AG, überzeugt. «Mitarbeitenden muss Raum gegeben werden, sie brauchen unterstützende Tools und sie benötigen ein Netzwerk, um ihre Ideen entwickeln zu können», erklärt Lorenz Wyss, Leiter Ideation bei der Schweizerischen Post. «Jeder Mitarbeiter ist ein Botschafter der Organisation Schweiz Tourismus, im persönlichen Kontakt und über die sozialen Medien. Umso wichtiger ist die Identifikation des Einzelnen mit dem Unternehmen», bestätigt Daniela Bär, Leiterin internationale Medienarbeit und Unternehmenskommunikation bei Schweiz Tourismus, im Rahmen einer Podiumsdiskussion. «Die Bedeutung von Kommunikation – Mensch zu Mensch wird in der heutigen digitalen Welt immer grösser», rundete Peter Stämpfli, Verwaltungsratspräsident der Stämpfli AG, die Diskussion ab. › [www.staempfli.com](http://www.staempfli.com)

**RELAUNCH**  
**WERBEWOCHE ZEIGT IHR NEUES GESICHT**

Wie man ein Magazin auf den Kopf stellt, das Beste behält und den Rest rausschüttelt, zeigt die Werbewoche mit ihrem Relaunch Print und Online. Erste Printausgaben im neuen Look and Feel sind erschienen; die Werbewoche digital ist live. Die Werbewoche wird nun auch mobile. Das Informations- und Unterhaltungspaket des über 40-jährigen Fachmagazins für Werbung, Me-

bild, Audiofiles und eine Suchfunktion. Aus dem Fachmagazin herausgeschüttelt wurde überflüssiger Tand, geblieben sind Meinungsbeiträge und Kolumnen, das Kopf-der-Woche-Porträt, Berichte über Strategien, Entwicklungen, Kampagnen und Köpfe. Zum Themenstrass hinzugekommen sind Debatten, Hintergrund- und Ratgeberberichte zu verschiedenen Themenbereichen, eine Literaturkolumne, die Vielbeschäftigten das Lesen dicker Schmöcker abnimmt, unterhaltende Formate sowie grossformatige Bilder von Schweizer Nachwuchs Fotografen. «Ich bin sehr stolz auf die neue Werbewoche und freue mich riesig darauf, mit dem Magazin print und digital in ein neues Zeitalter zu schreiten», sagt Werbewoche-



Der Werbewoche-Relaunch wurde komplett inhouse gestemmt: Konzipiert und aufgegleist wurde er von Werbewoche-Chefredaktorin Anne-Friederike Heinrich gemeinsam mit dem Redaktionsteam. Für die gestalterische und technische Umsetzung zeichnet das Mutterhaus der Werbewoche Samedia mit Sitz in Chur verantwortlich.



Chefredaktorin  
**Anne-Friederike Heinrich.**

«Wir haben ein- einhalb Jahre hart an dem gearbeitet, was unsere Leser und Abonnenten jetzt serviert bekommen: den perfekten Mix aus schnellen News, kritischen Hintergrundberichten und Unterhaltung.» Die Arbeit am Magazin gehe aber weiter, betont Heinrich. «Wir haben noch etliche Ideen, mit denen wir die Werbewoche peu à peu weiter aufwerten möchten. Nach dem Relaunch ist vor dem Relaunch.»

› [www.werbewoche.ch](http://www.werbewoche.ch)

dien und Marketing können Werbewoche-Leser nun gedruckt oder digital auf allen Devices lesen. Immer begleitet vom «W» im roten Kreis, dem Markenzeichen der Werbewoche seit fast zehn Jahren. Die Printausgabe erscheint ab sofort im Magazin- statt Zeitungs-Format, gedruckt auf hochwertigem Papier und neu gestaltet. Dabei bietet das Magazin exklusiven Schmöckerstoff, Insides, Tipps und Best Practices aus der Branche, digital abgerundet durch Slideshows, Bewegt-

Effingerhof AG

### BINKERT BUAG AG VON DER EFFINGERHOF AG ÜBERNOMMEN

Die Brugger Effingerhof AG hat im August 2016 zu 100% die Laufenburger Binkert Buag AG übernommen. Beide Druckereienternehmen behalten ihre rechtliche Eigenständigkeit sowie Firmenbezeichnung und produzieren weiterhin an den heutigen Standorten.

Die Effingerhof AG ist das führende Verlags- und Printunternehmen in der Region Brugg und unter anderem Herausgeberin des «Generalanzeigers», der «Rundschau Nord und Süd», des Onlineportals effingermedien.ch und weiterer Verlagsprodukte. Die Binkert Buag AG war seinerzeit aus dem Zusammenschluss der Badener buag Grafisches Unternehmen AG und der Laufenburger Binkert Druck AG entstanden. Die Effingerhof AG verstärkt mit der Übernahme ihre Kompetenz im Druck- und Onlinebereich. Zusätzlich sichert sie sich das Know-how der Binkert Buag AG im Bereich «Web-Shop-Lösungen», die weiter ausgebaut und gestärkt werden sollen. Durch die Übernahme entsteht ein leistungsstarkes, innovatives Kompetenzzentrum der Druck- und Medienbranche. Mehrere Standortoptionen für ein neues, effizientes Druckzentrum werden momentan geprüft. Die Effingerhof AG druckt heute in Brugg, die Binkert Buag AG an den beiden Standorten Laufenburg und Dättwil.

› [www.effingerhof.ch](http://www.effingerhof.ch)

Jubiläum

### 70 JAHRE FEIER FÜR CHROMOS

Das 70-jährige Jubiläum des in Dielsdorf ansässigen Familienunternehmens Chromos wurde gebührend gefeiert: 180 Mitarbeitende der zur Prografica-Gruppe zählenden Bereiche Chromos AG, Fujifilm AG und der Servicegesellschaft Imsag AG nahmen am Event teil. Angereist waren zudem die Vertreter der



Angeregte Podiumsdiskussion (von links): Christian Broglie, Daniel Broglie, Katinka Gyomlay und Rolf Broglie.

Chromos GmbH in Deutschland und die Chromos-Mitarbeitenden aus Wien und dem

Vorarlberg. Nach einem nachmittäglichen Themenparcours fand der Abendanlass in den Räumlichkeiten des zur Eberhard-Gruppe zählenden Ebianums statt. Dort wurde unter fachkundiger Anleitung getrommelt – und der Teamgedanke hochgehalten. So heisst das diesjährige Firmenmotto denn auch: «We're one company.». An dem am Abend geführten Podiumsgespräch nahmen die Familienvertreter Daniel Broglie (Chromos AG), Christian Broglie (Fujifilm AG) und Rolf Broglie (Verwaltungsratspräsident) teil. Als Trendscouts für das Kommende wurde am Abend Bilanz gezogen und der Blick nach vorne gerichtet.

› [www.chromos.ch](http://www.chromos.ch)

› [www.fujifilm.ch](http://www.fujifilm.ch)

› [www.imsag.com](http://www.imsag.com)

K+D

### INBETRIEBNAHME NEUER MASCHINEN

K+D steht zum Werkplatz Schweiz und zieht die Investitionen über CHF 30 Mio. der Jahre 2017 und 2018 bis Ende 2016 vor.

Am 2. September nahm K+D eine Achtfarben-Roland in Betrieb. Zur Veredelung von Pharma- und Kosmetikverpackungen verfügt die Maschine von manroland über acht Offsetdruck- und zwei Lackwerke, mit denen achtfarbig gedruckt, doppelt lackiert und kaltfoliert werden kann.

Aus Produktivitätsgründen investiert K+D ausserdem vorzeitig in zwei neue Bobst Expertcut 106 PER und ersetzt bis Ende Jahr zwei ältere Stanzautomaten.

› [www.kud.ch](http://www.kud.ch)

Höhere Fachschule für Gestaltung und Kunst

HF Fotografie

HF Interaction Design

HF Visuelle Gestaltung

Berufsorientierte

Weiterbildungskurse

in Technik, Gestaltung

und Kunst

medien *form* farbe

Berufsschule für Gestaltung Zürich  
[www.medienformfarbe.ch/weiterbildung](http://www.medienformfarbe.ch/weiterbildung)

# MARKTPOSITIONIERUNG KREATIVITÄT PLUS PRODUKTIVITÄT GLEICH UNBEGRENZTE MÖGLICHKEITEN?

Drucken alleine ist keine Lösung mehr – das war für Bacher PrePress klar. Mit Ricoh fand der moderne Grafikbetrieb einen innovativen und dynamischen Partner, um neue Märkte zu erschliessen und seinen Kunden einen Zusatznutzen zu bieten. Mit der «kreativen Maschine» Pro C7110SX und dem «Arbeitstier» Pro C9110 ergeben sich unzählige neue Möglichkeiten und Lösungen im Digitaldruck.

Text und Bild: Ricoh Schweiz AG

**B**acher PrePress AG stellte sich die Frage, was der Markt an neuen Technologien hergibt, um ihren Kunden möglichst viele Neuheiten sowie weiterhin zuverlässige und hochwertige Qualität zu bieten. Nach einer sorgfältigen Analyse entschied sich Bacher PrePress für einen Rundumschlag: Ricoh als neuen Partner und die Anschaffung von zwei neuen Maschinen.

Mit der Ricoh Pro C7110SX und der Ricoh Pro C9110 investierte Bacher PrePress in zwei höchst leistungsfähige und doch sehr unterschiedliche Maschinen, die eine grosse Medienvielfalt und die Erstellung neuer Produkte ermöglichen. Mindestens eine Gemeinsamkeit haben die Maschinen jedoch: die hohe Druckqualität, die für André Bacher, Geschäftsleiter und Inhaber von Bacher PrePress, eine entscheidende Rolle spielt: «Wir wollten unseren Kunden Neuheiten bieten und das bestehende Angebot effizienter und einfacher fertigen. Zudem war es äusserst wichtig, möglichst in matter Qualität produzieren zu können, um eine offsetnahe Qualität zu gewährleisten.»

## Kreativität trifft Produktivität...

Die Pro C7110SX ist in Punkto Kreativität kaum zu schlagen. Durch die vielseitige Medienhandhabung unterstützt dieses Drucksystem Grammaturen bis 360 g/m<sup>2</sup> und kann Ban-

ner bis 700 mm im Simplexdruck verarbeiten. Die Einführung der fünften Farbstation für transparenten und weissen Toner ermöglicht zusätzlich die Erstellung innovativer Anwendungen. «Wir haben zwei Internetshops, die wir weiter ausbauen wollen. Deshalb ist uns der kreative Aspekt sehr wichtig. Für Postkarten und Visitenkarten ist die Arbeit mit weissem und transparentem Toner sehr interessant», so André Bacher. Mit der Pro C7100X lohnen sich hochwertige Druckerzeugnisse auch bei sehr geringem Druckvolumen und knappe Lieferfristen können eingehalten werden.

Die Stärke der Pro C9110 – dem Arbeitstier – liegt im hohen Produktionsvolumen. Die Pro C9110-Serie bietet mehr Flexibilität, offsetähnliche Druckqualität und höhere Produktivität mit schnellerem Durchsatz. Damit kann Bacher PrePress zum Beispiel 6-seitige Broschüren und A4-Broschüren im Querformat bis in hohe Grammaturen drucken –

«So wie wir unseren Kunden entgegengetreten, mit vollständiger Offenheit, so erleben wir auch die Zusammenarbeit mit Ricoh.»



André Bacher, Geschäftsleiter und Inhaber, Bacher PrePress AG



André Bacher, Geschäftsleiter und Inhaber Bacher PrePress AG, und Martin Bieri, Produktionsleiter bei Bacher PrePress AG, vor der Ricoh Pro C9110.

wirtschaftlich bleibt das sowohl in hohen wie in sehr geringen Auflagen. Dank der neuen Maschine hat Bacher nun Bannerdruck bis 400 g/m<sup>2</sup> im XXL-Format 700 x 320 mm im Angebot. Mit der Pro C9110 können hochvolumige Aufträge kostengünstig personalisiert und individuell angepasst werden – das eröffnet weitere Ausbaumöglichkeiten im Cross-Media-Bereich und Web2Print-Applikationen. André Bacher ist zufrieden mit seinem «Arbeitstier»: «Zusätzliche Medien eröffnen neue Märkte und die gebotene Qualität bringt uns noch näher an den Offset heran.»

## Reise in die Zukunft

Die Installation war einer der Knackpunkte des Projekts, da trotz Herstellerwechsel und Maschinenaustausch die Produktion aufrechterhalten werden musste. «Aber die Umstellung und Schulung verliefen reibungslos und hoch professionell, so dass zu

keinem Zeitpunkt ein Produktionsausfall drohte», so André Bacher. Ricoh sieht sich in der Zusammenarbeit mit Bacher PrePress nicht nur als Lieferant, sondern vielmehr als «Sparringspartner» wie es Thomas Szegö, Head of Production Printing bei Ricoh Schweiz AG, ausdrückt. Das kommt auch bei Bacher an: «Ricoch investiert sehr stark in den Produktionsbereich und nimmt uns auf diese Reise mit. Wir werden über Marktveränderungen, Tendenzen und auch Technologien informiert.»

Bacher PrePress hat mit diesen Investitionen seine Marktposition ausgebaut und wird auch in Zukunft nicht still stehen, um Kunden immer neuen Mehrwert zu bieten.

**RICOH**  
imagine. change

Ricoh Schweiz AG  
» www.ricoh.ch



## Diplomfeiern

**LIEBE LEHRENDINNEN UND LEHRENDE,  
LIEBE DOZIERENDE!**

Eigentlich sollte an dieser Stelle ein Artikel über eine Abschlussfeier stehen. Fix und fertig umbrochen war er schon. Als wir dann noch einmal drübergelesen haben, hat uns aber die Wut gepackt und wir haben ihn rausgeworfen!

Wir sind ja allen Arten von Grund-, Aus- und Weiterbildung wohl gesonnen. Und wir werden auch in Zukunft gerne über die verschiedenen Bildungswege berichten, wenn uns interessante Inhalte angeboten werden. Was uns inzwischen aber heftig gegen den Strich geht, sind die Berichte von «feierlichen Diplomfeiern», bei denen für die Absolventinnen und Absolventen «ein neues Kapitel beginnt», weil sie ihre Diplome «entgegen nehmen durften».

**Liebe Verfasserinnen und Verfasser solcher Artikel:** Wir werden diese künftig entweder gleich in den Papierkorb befördern oder auf ein erträgliches Mass zusammenkürzen. Denn was heisst, sie durften? Die jungen Menschen haben sich das entweder verdient oder hart erarbeitet. Sie waren nicht etwa brav und durften aufgrund der grossen Güte oder Dank dem Entgegenkommen von wem auch immer etwas entgegennehmen. Das Diplom steht ihnen zu!

Uns in der Redaktion und vermutlich auch unsere Leser interessiert viel mehr, was die jungen Menschen nun können, wo sie Arbeit finden werden (können) oder arbeiten «dürfen». Der oder die eine oder andere wird sicherlich auch einmal in führender Position arbeiten. Als Medienprofi in der Medienwirtschaft, als Kommunikationsdesigner, als was auch immer. Vielleicht auch als Geschäftsleiter oder Manager eines Unternehmens. In solchen Positionen haben sie sinnvolle Inhalte zu kommunizieren.

Offensichtlich werden die Studierenden darauf aber nicht vorbereitet. Weil die Dozierenden selbst nicht wissen, wie es geht? Wenn schon behauptet wird, durch die neuen digitalen Medien sei jeder zum eigenen Verlag geworden, dann sollte man auch wissen, wie Verlag geht. Irgendwelche Tweets absetzen reicht da nicht aus. Wenn die Dozierenden die Diplomandinnen und Diplomanden schon fordern, mit kreativen Ansätzen eigenständige Lösungen zu entwickeln und ungewohnte Perspektiven einzunehmen, warum geht das nicht auch mit einem Bericht über den Studiengang oder dessen Abschluss?

**Wie wäre es also,** wenn man uns verwertbares Material zukommen lässt? Was sollen wir mit Gruppenfotos, auf denen ganze Klassen abgebildet sind, aber kaum jemand zu erkennen ist und alle Abgebildeten anonym bleiben? Denn wie sollen wir aus Excel-Dateien herausfinden, wer wer ist? Auch die Auflistung von Diplom-Arbeiten ist für uns wenig aussagefähig. Klassenbezeichnungen und -kürzel, die sich wie ein Faxgerät anhören und mit denen ausser dem «Lehrkörper» wohl keiner etwas anfangen kann, sind auch nicht besonders attraktiv. Kann man einen solchen Bericht nicht auch so schreiben, wie einem der Schnabel gewachsen ist, statt sich an bürokratisch eidgenössischem Kauderwelsch zu orientieren?

Wie wäre es also, wenn man eine Abschlussmeldung mit Hand und Fuss in einem Projekt oder als Teil einer Studienarbeit vorbereitet? So etwas kann bis auf die Fotos während des Studiums vorbereitet werden. Dann würden wir auch mal zwei Seiten in unserem Heft springen lassen. Und noch etwas: Wir sind eine Fachzeitschrift. Eine für die Druckbranche. Wir drucken noch auf echtes Papier. Und dazu brauchen wir Bilder. Keine Schnappschüsse vom Handy sondern Fotos, die auch einmal in 300 dpi umgerechnet werden können. Das mit dem flauen Kontrast kriegen wir noch selbst hin.

Ihre Druckmarkt-Redaktion.



Jetzt  
abheben  
und  
Karriere  
machen.

»» **Druckkaufmann/-frau EFA**  
Basis-Lehrgang. Neu nur 3 Semester. Ab 16.01.2017

»» **Publikationsmanager/in ED**  
Aufbau-Lehrgang. 8 Monate. Ab 26.08.2017

Mit der «gib»Zürich gewinnt Ihre Laufbahn an Höhe: In unseren berufsbegleitenden Weiterbildungen lernen Sie alles, was Sie für leitende Positionen benötigen. Wir sind die Schweizer Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation. Seit 1975.

Starten Sie heute Ihren beruflichen Steigflug – melden Sie sich zu einem unserer Infoabende an. Alle Infos unter **www.gib.ch**



«gib»Zürich Kaderschule für  
Druck, Medien und Kommunikation

Postfach 5946 | 8050 Zürich

Tel. +41 44 380 53 00

info@gib.ch | www.gib.ch



# GFZ UNTER NEUER FÜHRUNG FREI VON ALTLASTEN

Es ist kein neues und auch kein typisch Schweizer Problem. Es ist aber ein Trend, der nicht aufzuhalten scheint: der Mitgliederschwund bei Vereinen. Ob dies nun durch den demografischen Wandel bedingt ist oder wie in der Druckindustrie durch immer weniger Berufsleute in der Branche, spielt keine Rolle. Motivierend für die Ehrenamtlichen, die eine Vereinigung führen, ist das nicht.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

**D**och es gibt sie noch, die Menschen, die aus eigenem Antrieb in Vereinigungen eine Führungsrolle übernehmen. Auch wenn sie wissen, dass das Gewinnen von Mitgliedern und das Binden ehrenamtlicher Mitarbeiter zu den klassischen Problemen gehört.

Anders geht es auch nicht dem GFZ. Das Grafische Forum Zürich sollte schon 2007 aufgelöst werden. Grund war die schwindende Motivation der Organisatoren aufgrund der schwach besuchten Weiterbildungsangebote sowie die rückläufige Mitgliederzahl. Nach grossen Erfolgen in der Vergangenheit wurde die Vereinsarbeit aber zunehmend schwieriger. Die immer weiter schrumpfende Branche und das wachsende Weiterbildungsangebot von professionellen Instituten macht es den «freien» Bildungsangeboten immer schwerer.

Nach einem Findungsjahr und einer Neukonzeption hatte das GFZ 2008 mit seinen «Guerilla-Seminaren» eine interessante Strategie gefunden und wieder mehr Interessierte zu seinem breit gefächerten Weiterbildungsangebot locken können.

Dennoch geriet das GFZ wieder in Schieflage. Diesmal aber mangels Führung. Der bisherige Präsident Andreas Ruoff ist selbst nicht mehr in der Branche tätig und stellte sein Amt zur Verfügung. Mit wenig Resonanz. Und abermals war die Rede von der Auflösung der traditionsrei-

chen Vereinigung, die einst grosse Säle mit einem interessierten Fachpublikum füllte.

## Weibliches Präsidium

Seit Juli gibt es aber eine neue Führungsriege. Oder muss es etwa Führungsriegin heissen? Denn das Präsidium des GFZ ist nunmehr weiblich. Yvonne Gadoni, die im Kundendienst bei der galledia AG in Flawil arbeitet, ist nunmehr Präsidentin des GFZ. Stellvertreterin ist Michelle Tresch. «Ich hatte keine Ambitionen für die Präsidentschaft – bin aber jetzt auch nicht böse darüber», sagt Yvonne Gadoni.

Die neue Präsidentin stammt aus dem Appenzellerland und ist in der grafischen Branche gross geworden. «Mein Vater hatte eine kleine Werbeagentur und stellte Kleindrucksaachen selbst her. So habe ich schon mit zwölf Jahren am Mac und mit QuarkXPress meine Hausaufgaben gemacht», erzählt sie schmunzelnd. Danach durchlief sie eine Ausbildung zur Polygrafin und arbeitete in verschiedenen Druckereien. Bei galledia hatte sie zunächst einen Aushilfs-Job und beschäftigte sich mit der Datenaufbereitung. Daraus wurde aber schnell eine Festanstellung. Heute ist sie im Innendienst bei galledia. «Das ist ein Allround-Job vom ersten Kontakt über die Kundenberatung bis zur Auftrags-Übergabe an die Produktion», sagt sie.

Die ersten ernsthaften Berührungspunkte mit dem GFZ hatte sie wäh-

rend ihres Studiums zur Druckkauffrau im «gib»Zürich. «Mir haben die Veranstaltungen immer viel gegeben», sagt Yvonne Gadoni. «Da wäre es doch jammerschade, wenn es das GFZ nicht mehr gäbe.»

Michelle Tresch ist gelernte Druckerin, hat sich ebenfalls zur Druckkauffrau im «gib»Zürich weitergebildet, war im Aussen- und Innendienst bei verschiedenen namhaften Unternehmen der Schweizer grafischen Industrie beschäftigt und arbeitet jetzt als Projektleiterin bei FO-Fotorotar.

Für sie ist klar: «Die Fachleute der Branche brauchen mehr Praxisbezug und noch weniger Theorie. Auch und gerade neben ihrem Beruf.»

## Form oder Inhalt?

Es ist vielleicht ein erster Ansatz. Denn auch andere Schulungsinstitute klagen über mangelnde Anmeldungen für ausgeschriebene Kurse. Oft genug müssen diese sehr zum Ärger der Weiterbildungswilligen und Organisatoren kurzfristig abgesagt werden. Warum ist das so? Sind Fachkräfte und Kader der Druckindustrie weiterbildungsmüde geworden? Oder liegt es eher an der Form als am Inhalt? Und welche Form der Weiterbildung hat eine Zukunft?

Eine eindeutige Antwort darauf gibt es nicht. Auch Yvonne Gadoni und Michelle Tresch kennen kein Patentrezept. Doch die Frage, woher die Mitarbeiter der Branche künftig ihr Fachwissen beziehen, beschäftigt sie schon. Denn nachdem auch Herstel-

ler und Händler sparen, wird das qualifizierte Bildungsangebot neben dem Beruf immer dünner. Die Events der Zulieferindustrie reduzieren sich heute – Ausnahmen bestätigen die Regel – fast ausschliesslich auf Verkaufsveranstaltungen, bei denen es eindeutig um den Absatz von Produkten geht.

Wenn es aber zu wenig werthaltige Informationen und zu wenig neutrale Plattformen gibt, sollte das GFZ echte Perspektiven haben. «Das GFZ ist unabhängig, die Weiterbildungsmöglichkeiten werden extrem günstig und mit fachlichem Tiefgang angeboten. Das soll auch so bleiben», erklärt Yvonne Gadoni.

Sie weiss auch, dass Bildung heute nun einmal anders stattfindet als früher. Die Informationsflut und die Arbeitsbelastung fressen uns nicht nur symbolisch gesehen auf. Zwar ist es nicht etwa so, dass sich die Berufsleute einer beruflichen Qualifikation verweigern. In der Schweiz schon gar nicht. Aber das Ende der Belastbarkeit scheint erreicht.

War früher also doch alles besser? Nein, die Umstände waren andere. Und was vor 20 Jahren noch als Stammtisch oder Kollegenabend durchging, will man heute unter Networking verstanden wissen. Doch dieser Begriff wird gerne falsch interpretiert. Networking wird inzwischen mit dem egoistischen Hintergedanken verbunden, direkt davon profitieren zu können. Unter Networking sollte man vielmehr verstehen, gemeinsam etwas zu realisieren. Net-



Yvonne Gadoni (links) und Michelle Tresch bilden das neue Präsidium des GFZ. Neue Ideen sind vorhanden. Jetzt fehlt es noch an Unterstützung für die Umsetzung.

working, zu deutsch Netz und Arbeit, sollte auch so verstanden werden. Nicht als Beziehungsgeflecht mit garantiertem Profit.

Was ja nicht heisst, dass sich das GFZ-Netzwerk nicht auch als Türöffner erweisen kann.

#### GFZ-Guerilla-Seminare

«Unsere Vorstellung von Weiterbildung ist effiziente Information mit Praxisnutzen», sagen Michelle Tresch und Yvonne Gadoni, die ergänzt: «Die Guerilla-Seminare bieten diesen Praxisnutzen. Es ist eine fantastische Form von Fachinformation. Die Teilnehmer erhalten eine prägnante Einführung in den jeweiligen Themen-

komplex. Die anschliessende Vertiefung bezieht die Teilnehmenden mit ein und bietet wertvolle Anregungen und Impulse, die im eigenen Betrieb umsetzbar sind. Die so gewonnenen Erkenntnisse helfen, rascher und wirkungsvoller auf die Anforderungen im Markt zu reagieren.» Ausserdem bietet dieses konzentrierte Workshop-Angebot auch grossen Spielraum für Fachgespräche und den praxisorientierten Erfahrungsaustausch unter Kollegen.

«Je komplexer die Rahmenbedingungen in der Arbeitswelt werden, desto wichtiger wird die direkte Kommunikation. Menschen müssen Informationen schneller verstehen, verarbeiten und in der Lage sein, sofort Ent-

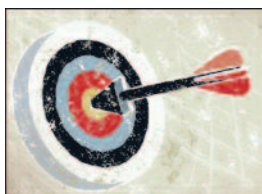
scheidungen zu treffen. Die Guerilla-Seminare treffen diese Wünsche unserer Mitglieder», ist Michelle Tresch überzeugt.

#### Frei von Altlasten

Doch die beiden Frauen im GFZ-Präsidium wollen mehr erreichen, als lediglich das Bewährte fortzusetzen. Noch sind sie zu frisch im Amt, um ausführlich mit ganz konkreten Ideen Stellung beziehen zu können. Dafür muss man Verständnis haben. Doch sie sind sich ihrer Herausforderungen durchaus bewusst. «Wenn die Branche immer weniger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat, müssen wir uns auch etwas vom bisherigen Standort

Zürich lösen und uns auf die Berufsleute in anderen Regionen zu bewegen», sagt Yvonne Gadoni. «Unsere Aufgabe ist es jetzt, Leute zu finden, die eine Chance darin sehen, uns als freie Mitarbeiter zu unterstützen. Wir müssen eigentlich komplett neu aufbauen», sagt sie. «Das Team ist völlig neu. Dementsprechend agieren wir jetzt auf der grünen Wiese. Mit dem Vorteil, dass wir nicht wissen, was nicht geht», sagt sie. Gute Voraussetzungen für einen Neuanfang. Neue Denke, neue Ideen und frei von Altlasten.

› [www.gfz.ch](http://www.gfz.ch)



#### Die cleveren Jobplattformen für Kommunikation & ICT:

- reichweitenstark und trotzdem zielgruppenfokussiert inserieren
- CV-Datenbank mit Matchingtool «QualiProfil»
- Social Media-, Partnernetzwerk- und Fachpresse-Präsenz

VON FACHLEUTEN FÜR FACHLEUTE: Die Jobplattformen für Medien, Kommunikation, Marketing, Informatik & Telekommunikation

[medienjobs.ch](http://medienjobs.ch)  
[ictjobs.ch](http://ictjobs.ch)



Mikro + Repro AG

**SETZT AUF HP INDIGO TECHNOLOGIE**

Das Badener Dienstleistungsunternehmen Mikro + Repro AG ist seit Jahren etablierter Anbieter für Dienstleistungen rund um das Dokument in analoger und digitaler Form. Das umfasst Printing, Grossformatplot, Output Management, Cross Media, Scan, Mikroverfilmung wie auch die Archivierung.

Mikro + Repro AG setzt nun erneut auf die HP Indigo Technologie und investierte in eine HP Indigo 7800 mit sieben Farben. Mit dieser Ersatzinvestition für die beste-



*Mikro + Repro AG setzt erneut auf HP Indigo Technologie und investierte dieses Jahr in eine 7-Farben HP Indigo 7800.*

hende HP Indigo 5000 kann auch weiterhin für kleinere und mittlere Auflagen ein ausgezeichnetes Druckergebnis erzielt werden. Dank der leistungsfähigeren Baureihe wird das Druckvolumen zusätzlich ausgebaut. Das neue Drucksystem ist mit sieben Farben ausgerüstet, sodass die heutigen Marktbedürfnisse ideal abgedeckt werden. So können neben den vier Prozessfarben zusätzlich Deckweiss, Transparentlack oder Sonderfarben für das genaue Einhalten des Corporate Designs eines Kunden eingesetzt werden.

› [www.chromos.ch](http://www.chromos.ch)  
› [www.mikrorepro.ch](http://www.mikrorepro.ch)

Onlineprinters.ch

**VERBESSERTE SERVICES**

Mit dem Ziel, seine Logistikprozesse weiter zu optimieren, ging Onlineprinters 2015 eine Zusammenarbeit mit den Logistikdienstleistern Rhenus Logistics und DPD ein. Der Onlinedruck-Dienstleister produzierte im letzten Jahr mehr als 2,1 Mrd. Druckprodukte vom Flyer bis zu grossformatiger Aussenwerbung und ist Zulieferer vieler Wiederverkäufer wie Agenturen und Druckereien. Deshalb lag ein Hauptaugenmerk der Zusammenarbeit mit den Logistik-Spezialisten darauf, dieser Kundengruppe in der Versandabwicklung zusätzlich entgegen zu kommen.



*Onlineprinters.ch optimiert Lieferzeit von gedruckten Werbemitteln.*

Onlineprinters ermöglicht nun unter anderem das sogenannte Dropshipping, also den direkten Versand von Druckprodukten an den Endkunden. «Dazu gehört Vertrauen. Da wir aus einer traditionellen Druckerei heraus entstanden sind, verstehen wir die Bedürfnisse unserer Resale-Partner», erklärt Onlineprinters-Geschäftsführer Dr. Michael Fries und ergänzt: «Deshalb versenden wir grundsätzlich in neutraler Verpackung ohne Hinweis auf uns als Produzenten. Der Standardversand ist auf Onlineprinters.ch zudem kostenfrei. Datenschutz und Discretion haben für uns oberste Priorität.»

› [www.onlineprinters.ch](http://www.onlineprinters.ch)

**SCHNEIDER & CO. AG**

**WORKFLOW 4.0 ZU GAST IN MURI**

Zusammen mit der Graphax AG, Inapa Schweiz AG und spot-tech medien AG führte die Schneider & Co. AG in ihren Räumlichkeiten in Muri den Anlass «Workflow 4.0» durch. Der mit 100 Teilnehmern gut besuchte Event beleuchtete das Thema aus



*Die Schneider & Co. AG führte in ihren Räumlichkeiten in Muri den Anlass «Workflow 4.0» durch, der das Thema aus*

sehr verschiedenen Perspektiven. Beat Sägger von Inapa Schweiz AG widmete sich in seinem Vortrag dem Thema «Digitaldruckpapiere im Workflow 4.0» und zeigte auf, welche zentrale Rolle die richtige Papierwahl für eine effiziente und fehlerfreie Produktion darstellt.

Walter Kunz von der Graphax AG hielt das Referat «Workflow 4.0 im digitalen Umfeld» und machte sich insbesondere über die damit verbundenen Auswirkungen auf die Geschäftsmodelle von grafischen Unternehmen Gedanken.

Abgerundet wurde der Anlass durch den Key-Speaker Steffen Tomasi von Flyerline Schweiz AG. Der quirlige Tomasi, der in der Schweiz als einer der grossen Online-

Druck-Pioniere gilt, verblüffte mit seinen expliziten Aussagen. So ist nach seiner Ansicht der ganz grosse Online-Druckboom schon vorbei. Schweizer Anbieter von grafischen Dienstleistungen sollten sich also nicht unbedingt an den grossen internationa-



*verschiedenen Perspektiven beleuchtete und zu dem gut 100 Teilnehmer angereizt waren.*

len Online-Druckereien orientieren, sondern vielmehr die individuelle Lösung anstreben und ganz bewusst die eigenen USP suchen. Damit schloss sich der Kreis. Im Showroom der Schneider & Co. AG konnten sich die Teilnehmer die verschiedenen Produktionslösungen für Print und Finishing anschauen, die es gerade auch KMU-Betrieben ermöglichen, im Zeitalter von Workflow 4.0 zu bestehen.

› [www.schneidercoag.ch](http://www.schneidercoag.ch)

GMS in Egg

**NEUE MWT C4 KUVERTIERMASCHINE**

Die GMS, Global Marketing Solutions, in Egg bei Zürich baut weiter aus. Die immer grösseren Aufträge müssen heute viel automatisierter bearbeitbar sein. Daher entschied sich das Unternehmen für eine weitere MWT Kuvertiermaschine – jetzt aber im Formatbereich bis C4, damit auch die immer mehr gefragten B5 Kuverts einfacher zu verarbeiten sind. Mit vier Greiferstationen und zwei Schiebestationen können sämtliche Aufträge kuvertiert werden. Daneben kann mit der MWT Kuvertiermaschine auch in Broschüren eingesteckt (genestelt) werden. Somit können mit einer Maschine unterschiedliche Kundenbedürfnisse abgedeckt werden.

Die GMS ist heute sehr breit abgesichert. Von der Datenaufbereitung über den farbigen Laser-Digitaldruck von personalisierten Mailings und Kuvertierung, automatisches Folieren mit Aufdruck auf Folie und vollautomatischer Schrumpf-Folierung für Kataloge und Broschüren-Bünde kann nun alles im eigenen Betrieb verarbeitet werden.

GMS hat sich seit Jahren auf die Graphiland AG verlassen können und deshalb auch die neue C4 MWT Kuvertiermaschine von Graphiland installieren lassen. Die neue über sieben Meter lange Kuvertiermaschine wurde schnell und professionell installiert und geschult. Mehrere ausgebildete Techniker sind bei Graphiland AG vorhanden um auch wenn notwendig in Randzeiten das Unternehmen zu unterstützen.

› [www.graphiland.ch](http://www.graphiland.ch)